



Brändikirja

Oulainen
2024



Sisältö

Ydin	3	Sovellukset	23
Oulaisten tarina.....	4	Sosiaalinen media.....	24
Brändipersona.....	5	Painotuotteet.....	25
Slogan.....	6	Maamerkit.....	28
Viestinnän sävy.....	9		
Identiteetti	10		
Logot.....	11		
Typografia.....	19		
Värit.....	20		
Kuvamaailma.....	22		

Ydin

Oulainen

Jokainen meistä on **erilainen**.
Iloisen värikäs tai rennon **seesteinen**,
kokemusta kartuttanut tai innolla uutta oppiva.
Jokaisen polku on aina **yksilöllinen**,
mutta aivan yhtä tärkeä.

Meitä on vetänyt tänne virkeänä soliseva joki,
kultaisina kimmeltävät pellot,
tunnetta täynnä oleva yhteisö,
oma tekeminen ja asenne,
joka on monella mittarilla **erityinen**.
Jokaiselle jotakin, sanotaan.

Elämme ja hengitämme kohtaamisia,
yksin luonnossa,
kaksin kulttuurin sykkeessä,
kimpassa arjen ylä- ja alamäissä.
Samaa köyttä vetäen,
rohkeasti eteenpäin katsoen.

Tila ja rauha luovat meille sopivan paikan elää
vuoroin tarmolla, vuoroin rauhassa.
Sopivan lähellä, mutta riittävän kaukana.
Toinen toistamme kunnioittaen. Yhdessä eläen.
Sillä jokaisella tulee olla tilaa olla oma itsensä –
aivan **omanlainen**.

Sellainen on Oulainen.



Brändipersoona

Oulaisten kaupunki on olemassa ihmisiä varten. Brändinä Oulainen on aina ihmisten puolella: kiinni aidossa arjessa - pienissä, mutta merkityksellisissä hetkissä - ihmisten tunteita ja tarinoita arvostaen. Oli sidosryhmä mikä tahansa, Oulainen viestii aina ihmiseltä ihmiselle - inhimillisesti ja lämpimällä sävyllä.

Omista vahvuuksistaan Oulainen kertoo tarinallisuuden, aitojen ilmiöiden ja ihmisen kokoisten hetkien kautta. Nostamme esille asukkaiden tarinoita ja olemme mukana siellä, missä ihmiset kohtaavat toisiaan. Tuomme kaupungin viestinnän iholle - käsin kosketeltavaksi ja aitoon vuorovaikutukseen innostavaksi. **Emme pelkää olla omanlaisiamme:** nostamme käden rohkeasti pystyyn jos emme onnistu, mutta samalla muistamme kertoa ylpeydellä omaa tarinaamme.

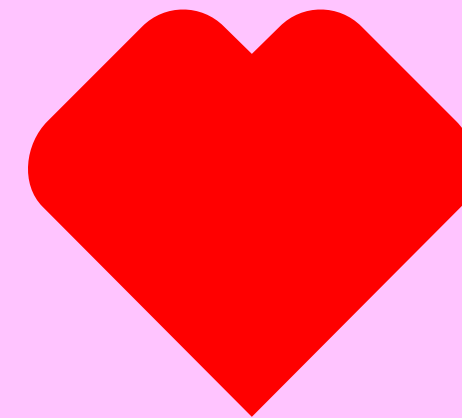
Uteliaisuus on yksi persoonamme tärkeimmistä arvoista. Ketteränä, ihmisen kokoisena toimijana, emme pelkää kokeilla uutta ja etsiä uudenlaisia tapoja merkityksellisten kohtaamisten synnyttämiseksi. Pyrimme yllättämään **inhimillisillä**, aidosti resonoivilla viestintätoimenpiteillä silloinkin, kun sitä vähiten odottaa - kunhan se tehdään vastaanottajaa kunnioittaen ja arvostaen.

- ♥ **Utalias**
- ♥ **Inhimillinen**
- ♥ **Rohkea**
- ♥ **Lämminhenkinen**

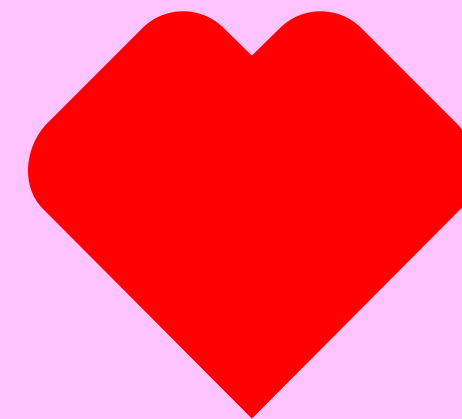
Slogan

"Sydämessä. Oulainen." on kaupungin uusi slogan. Ydinviesti on vahva kannanotto ihmisläheisen, monimuotoisuutta arvostavan ja yhteisöstä välittävän toiminnan puolesta. Slogania tukee Oulaisten uusi sydämen muotoon järjestetty logo - slogania käytetäänkin pääasiassa aina logon kanssa assosiaation tukemiseksi.

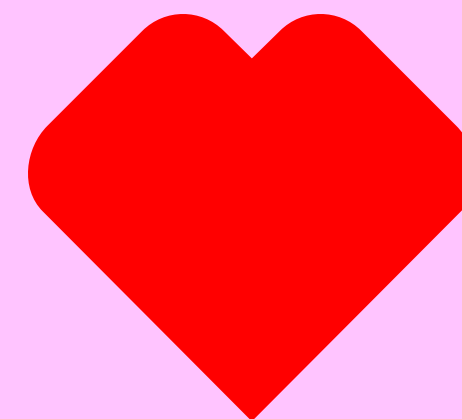
Jokainen meistä on erilainen - ja jokaiselle Oulainen on jotain omanlaista. Siksi slogania tuetaan ytimekkäillä, vaihtuvasta sanaparista koostuvilla markkinointiviesteillä. Tämä lisää monipuolisuutta ja dynaamisuutta brändi-ilmaisuuksiin - kadottamatta kuitenkaan markkinointiviestinnän tunnistettavuutta.



Slogan kuvastaa Oulaisten ihmillistä, ihmisläheistä ja välitöntä luonnetta



Markkinointiviesti koostuu kahdesta kuvailevasta sanasta, adverbista ja -nen loppuisesta adjektiivista



Tavoite on kuvastaa Oulaisten monipuolisuutta ja ainutlaatuisuutta: Oulainen on yhdistelmä montaa asiaa, tunnetta ja hetkeä samaan aikaan

Sydämessä. Oulainen.



Esimerkkejä sanapareista



Viestinnän sävy

Viestinnän sävy toimii suuntaa-antavana ohjenuorana Oulaisten brändiviestinnän toteuttamiselle. Taulukolla pyritään määrittelemään sisällöntuotannon sävyä suhteessa täysin neutraaliin ilmaisuun. Sävyyn tulee kiinnittää huomiota etenkin markkinointiviestinnällisissä ulostuloissa, sillä niissä ilmaisullinen erottuvuus nousee tärkeään osaan.

Rohkea



Konservatiivinen

Lämmin

Etäinen

Kansankielinen

Asiantuntijan kieli

Empaattinen

Asiakeskeinen

Eläväinen

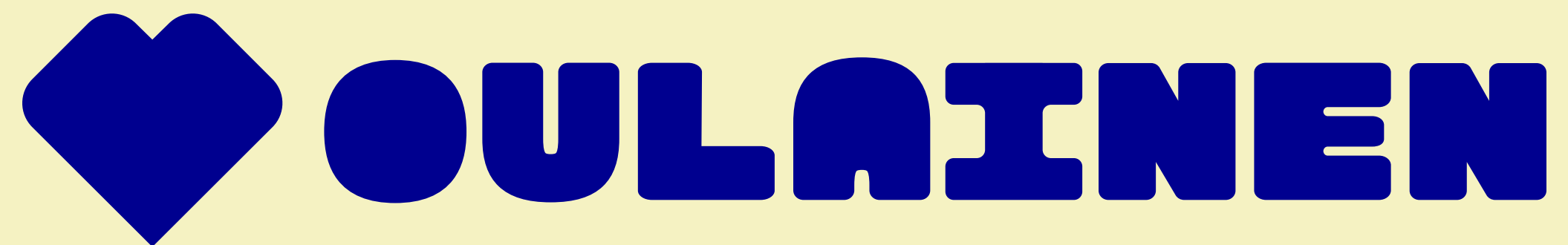
Pidättyväinen

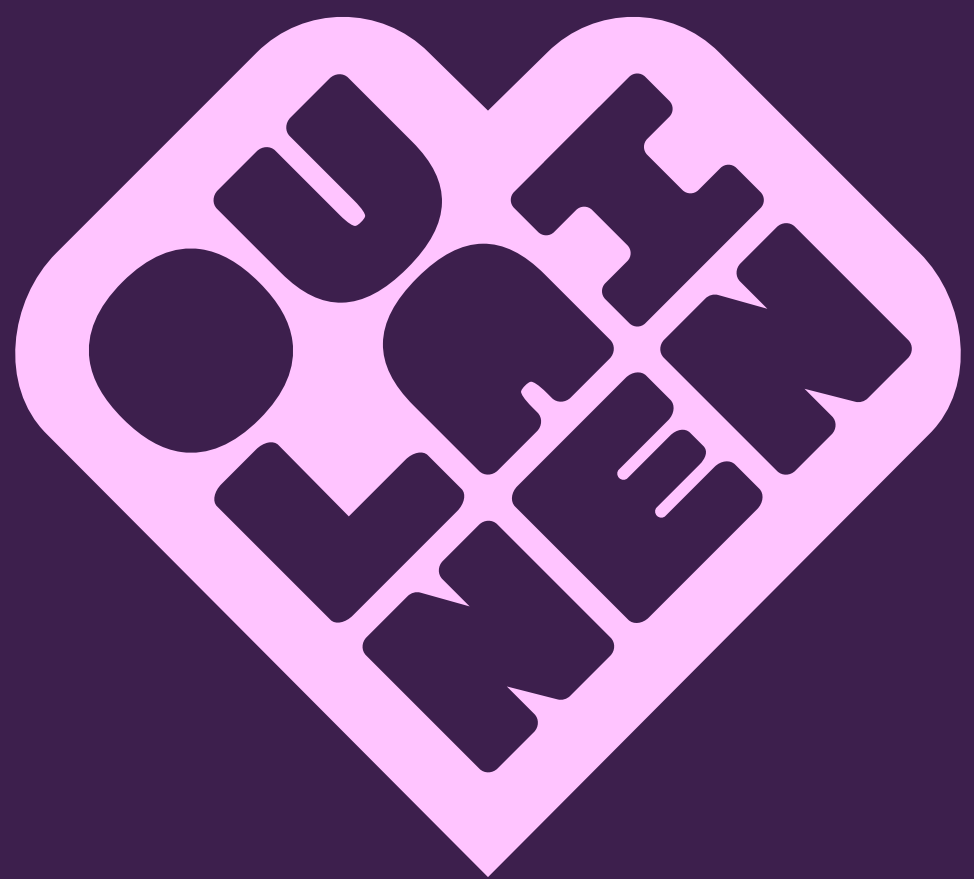
Identiteetti

Oulaisten logot

Sydämen muotoinen logo on Oulaisten päälogo, jota käytetään aina ensisijaisesti. Rohkealla ja naapureista poikkeavalla ilmaisulla halutaan jättää vahva viesti inhimillisesti toimivasta kaupungista, josta jokainen voi löytää oman paikkansa. Epätavallisesti järjestetyt kirjaimet tuovat logoon lisää kiinnostavuutta ja omaleimaisuutta.

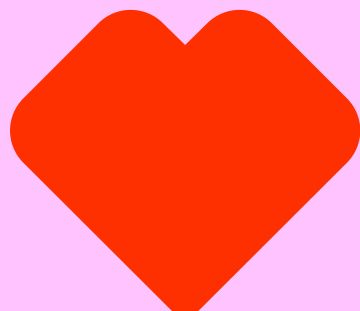
Päälogon rinnalla on pienessä koossa helposti luettava vaakaversio. Vaakaversiota käytetään vain niissä tilanteissa, joissa sydänlogoa ei voi käyttää.

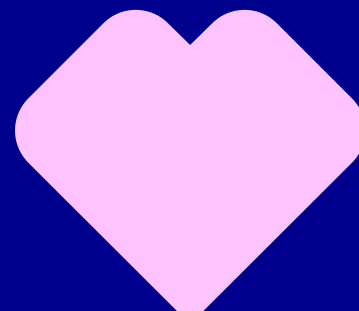




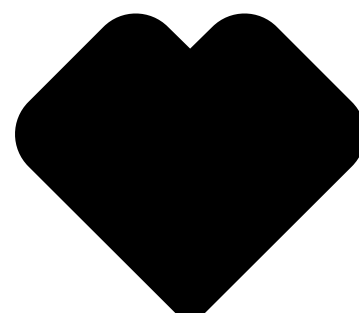
 **OULAINEN**

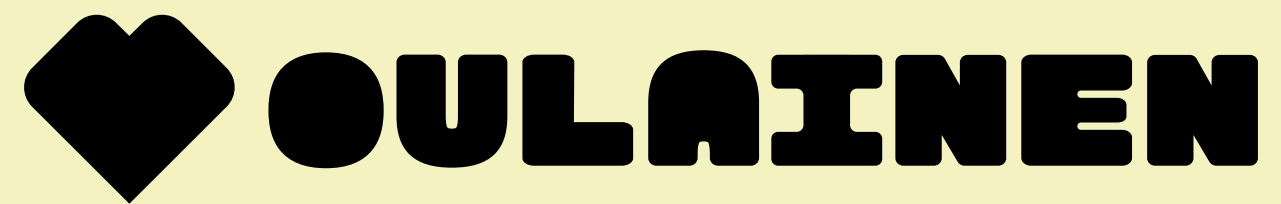
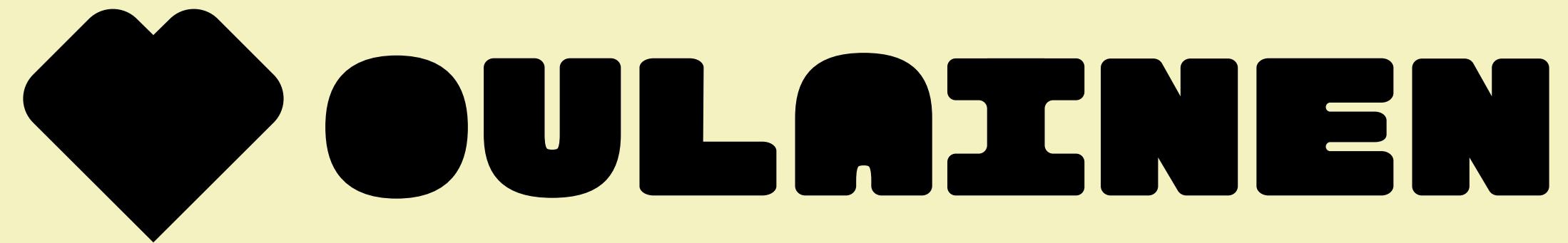
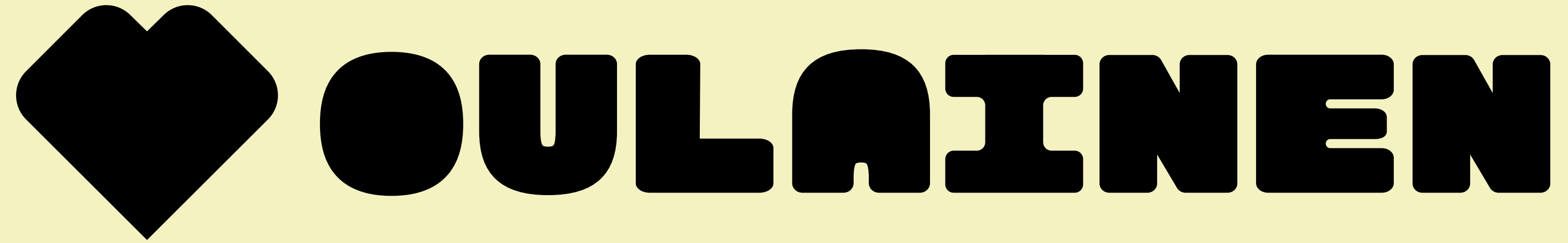
 **OULAINEN**

 **OULAINEN**

 **OULAINEN**

 **OULAINEN**

 **OULAINEN**

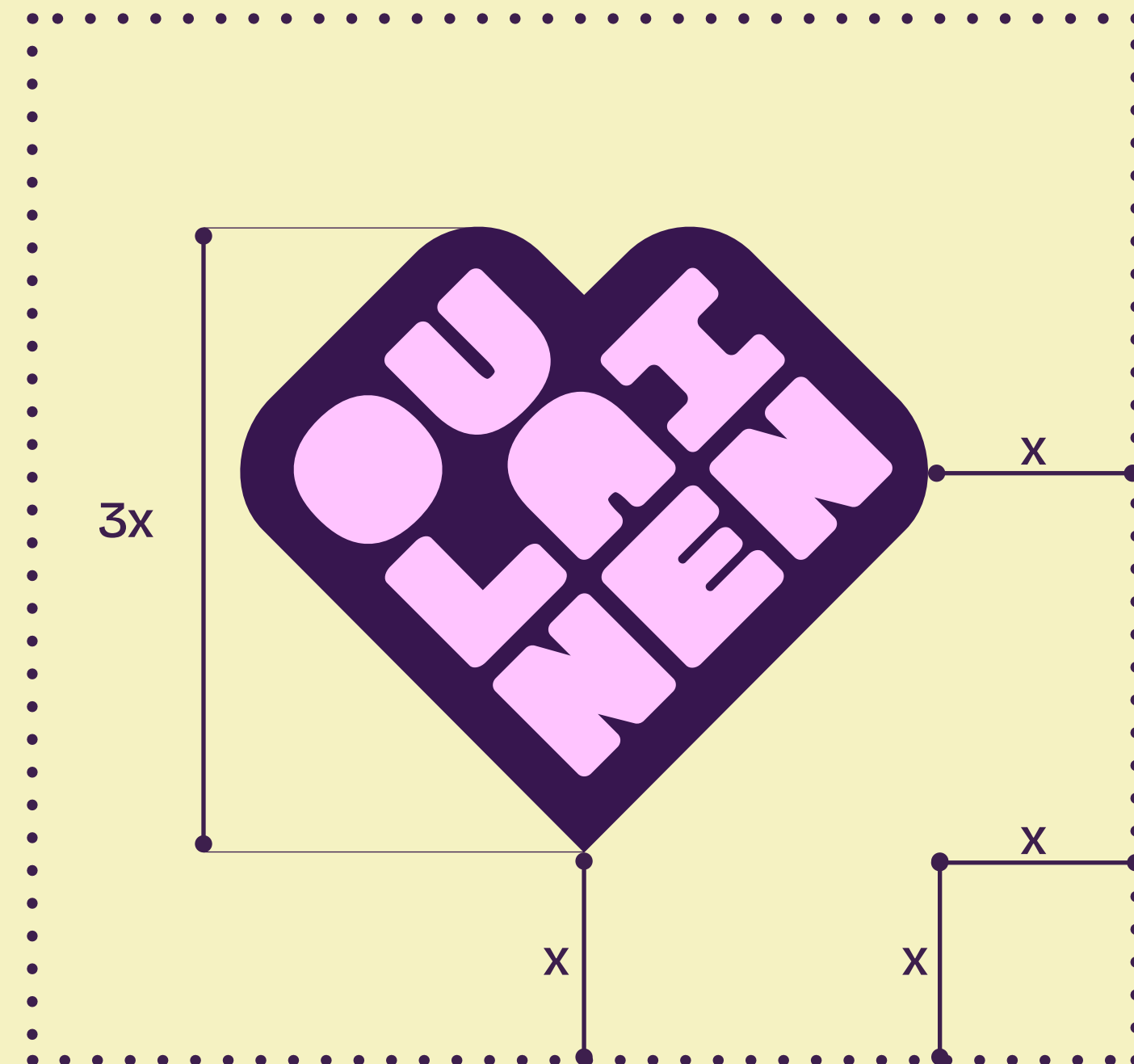


Minimikoko:
10px / 5mm

Logon suoja-alue

Sydänlogon suoja-alue määritellään logon korkeuden mukaan. Suoja-alueen tulee olla korkeuden mitasta $1/3$. Eli korkeuden ollessa $3x$, suoja-alue on $1x$.

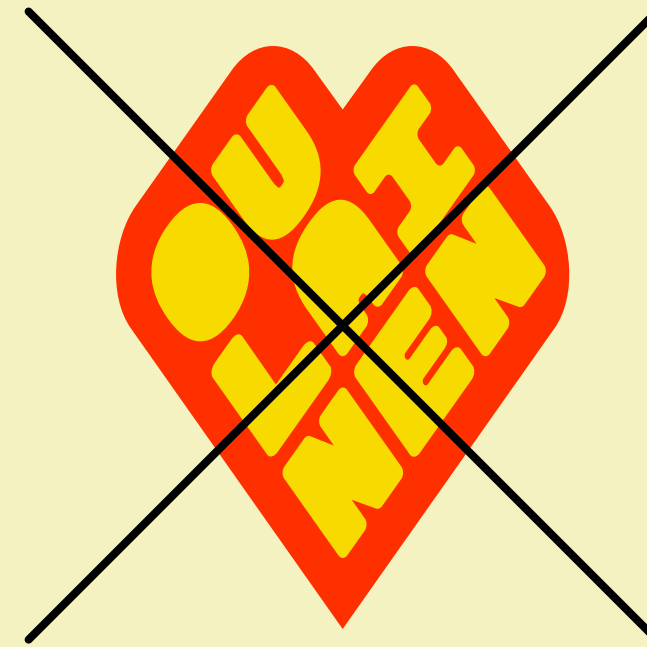
Vaakalogon suoja-alue on Oulainen-tekstin korkeuden mittainen.



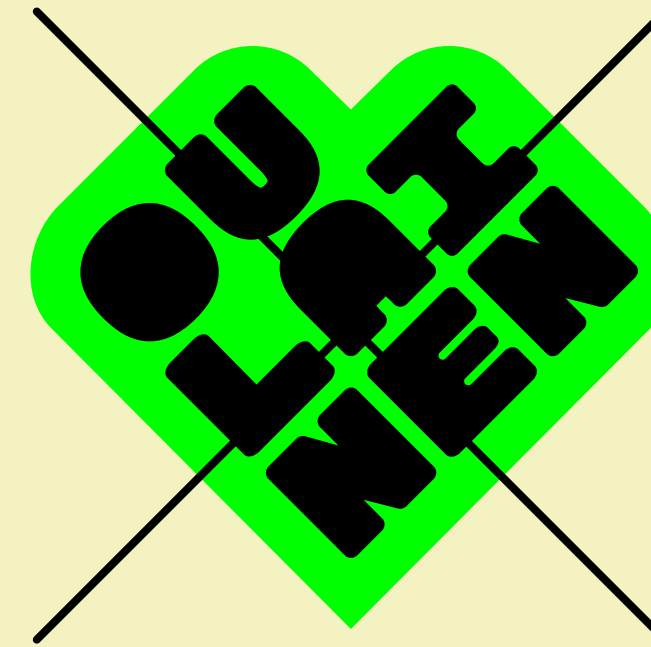
Logoa ei saa muokata

Logon värejä, asettelua tai muotoa ei saa muokata.
Logoa ei saa venyttää, tai sen fonttia muuttaa.
Logosta ei saa poistaa tai lisätä elementtejä.
Logosta tulee aina käyttää sellaista väri variaatiota, joka erottuu taustasta.

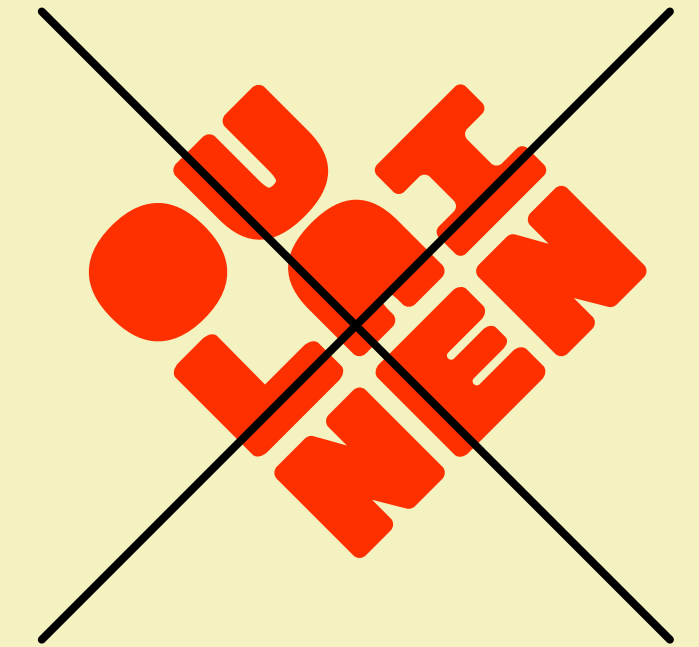
Näillä määrityksillä tähdätään sekä brändin johdonmukaiseen käyttöön, että tunnistettavuuden kasvattamiseen.



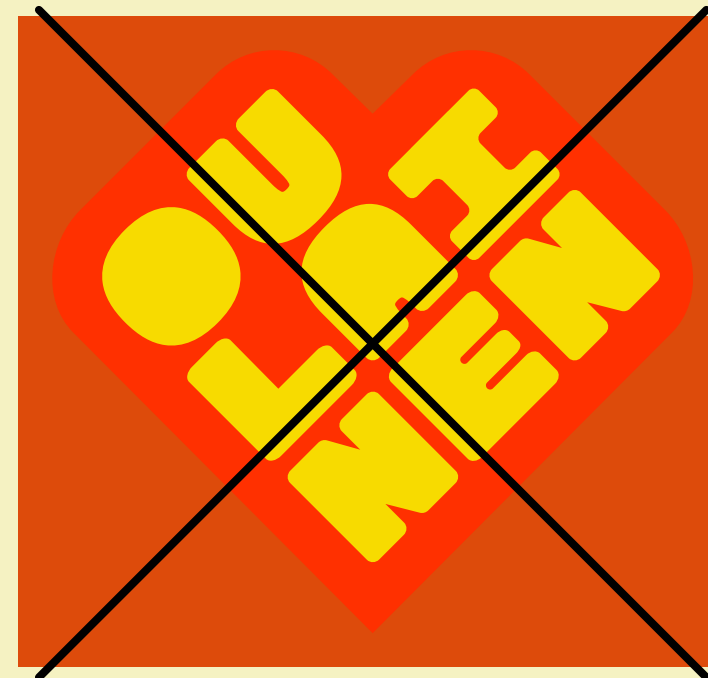
Logoa ei saa venyttää tai litistää.



Logon värejä ei saa muuttaa.



Logon elementtejä ei saa irrottaa.



Logon tulee erottua taustasta.



Logon suoja-alueelle tai logoon ei saa lisätä elementtejä.



Logon fonttia ei saa muuttaa.

Logon käyttö kuvassa

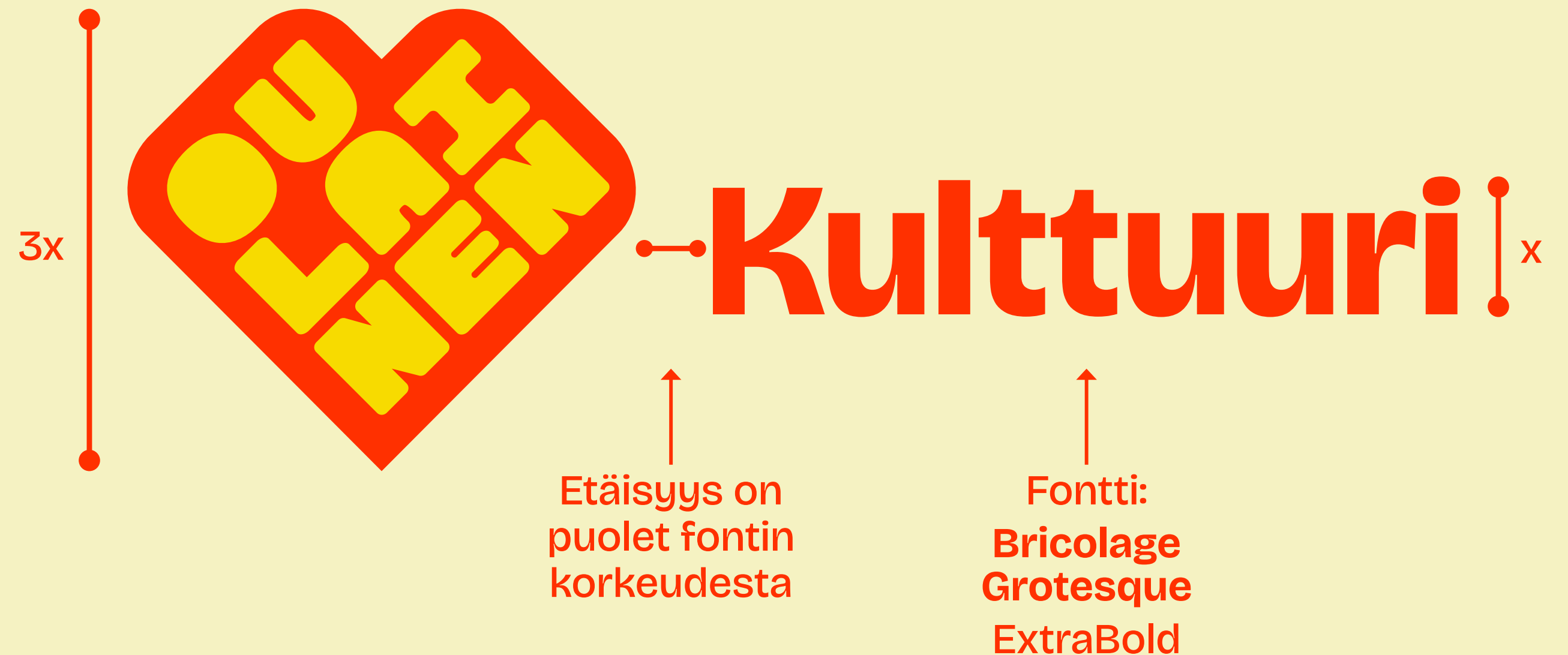
Valokuvien kanssa käytetään logosta leikattua versiota. Leikattua logoa käytettäessä tulee ottaa huomioon tarvittava kontrasti.

Tilanne, jossa leikattu logo ei toimi kuvan kanssa, voi käyttää logosta versiota, jossa teksti on värillinen.



Logon yhdistäminen kaupungin eri toimintoihin

Joissain tapauksissa logoon voi yhdistää tekstinä kaupungin eri toimialojen nimen. Fonttina käytetään aina **Bricolage Grotesquen** leikkausta **ExtraBold**. Logon kokonaiskorkeus on 3x, jolloin fontin korkeus on logoon verrattuna 1x. Etäisyys logoon on puolet fontin korkeudesta. Fontin värinä on käytettävä logon pohjaväriä.



Typografia

Oulaisten fontti on **Bricolage Grotesque**.

Kirjaintyyppin eri leikkauksia käytetään mallin mukaisesti. Fontti on löydettävissä Google Fonts-fonttikirjastosta.

Tilanteissa, joissa ei ole mahdollista käyttää yllä määriteltyä fonttia, voi käyttää Arial -kirjaintyyppin leikkauksia.

Otsikko

ExtraBold

Väliotsikko

SemiBold

Johdanto

Medium

Leipäteksti

Light

Ruusu

Punainen viestii voimasta ja energiasta. Se auttaa Oulaista erottumaan muista kaupungeista.

HEX

ff3000

CMYK

0 87 93 0

RGB

255 48 0

Metsä

Ulkoilu ja luonto on osa oulaistelaisten DNA:ta. Vihreä kertoo Oulaisten läheisestä suhteesta luontoon.

HEX

07431c

CMYK

91 45 100 54

RGB

7 67 28

Vanilja

Vanilja on pehmeä ja raikas väri. Osana brändi-ilmaisua se viestii Oulaisten yhteisöllisyydestä.

HEX

f5f2c2

CMYK

7 0 33 0

RGB

245 242 194

Aurinko

Aurinkoisen keltainen sävy kuvaa Oulaisten elinvoimaisuutta ja kykyä uudistua.

HEX

f7db00

CMYK

7 9 94 0

RGB

247 219 0

Orvokki

Tyylikäs violetti on voimakas ja varma, aivan kuten Oulainen!

HEX

3d1f4d

CMYK

85 99 33 36

RGB

61 31 77

Lempi

Hempeä Lempi kuvastaa Oulaisten sydämellisyyttä ja lämpöä.

HEX

ffc4ff

CMYK

5 40 2 0

RGB

255 196 255

Joki

Oulaisten kaupungin läpi virtaava Pyhäjoki on unohtumaton osa Oulaisten maisemaa.

HEX

00008f

CMYK

100 85 1 20

RGB

0 0 143

Saavutettavat värit

Saavutettavat värit parantavat kaikkien kävijöiden kokemusta. Selkeät ja korkeasti kontrastiset värit tekevät tekstistä helpommin luettavan.

Oulaisten saavutettavissa materiaaleissa on käytettävä erikseen määriteltyjä saavutettavia väripareja. Jos väripareja ei ole saatavilla, on käytettävä mustaa ja valkoista.

Lempi + Orvokki

Lempi + Orvokki

Joki + Lempi

Joki + Lempi

Metsä + Aurinko

Metsä + Aurinko

Vanilja + Metsä

Vanilja + Metsä

Joki + Vanilja

Joki + Vanilja

Kuvamaailma

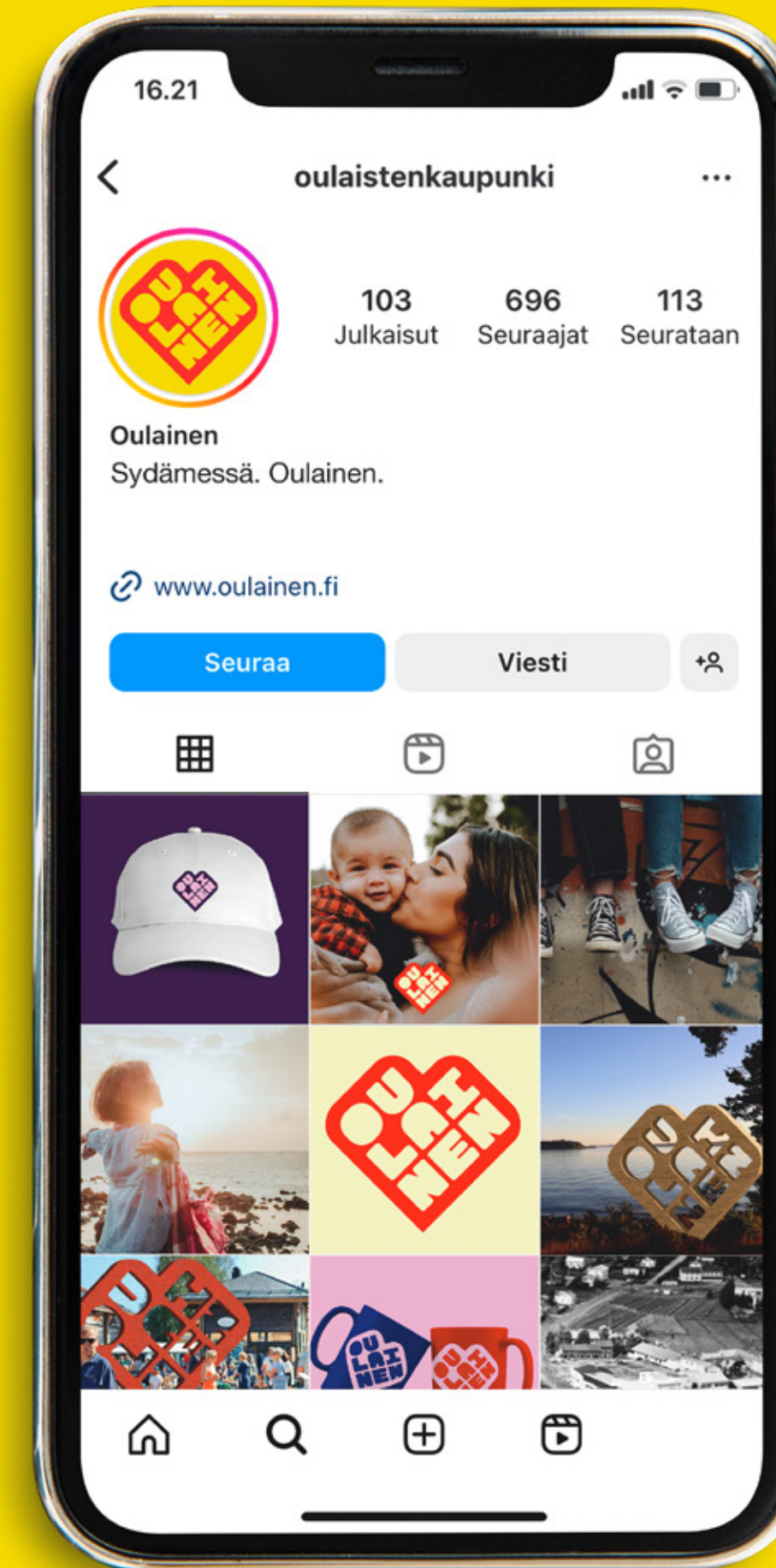
Oulaisten kuvamaailma on lämmin, ihmis- ja luontokeskeinen. Kuvat ovat laadukkaita, värikkäitä ja kertovat tarinaa. Aitoja kuvia Oulaisista käytetään mahdollisimman paljon.

Brändikuvien toteutuksessa on pyrittävä kiinnostavaan ja ilmeikkääseen toteutukseen: miten tarina tai tilanne saadaan kuvitettua täynnä luonnetta ja elämää.

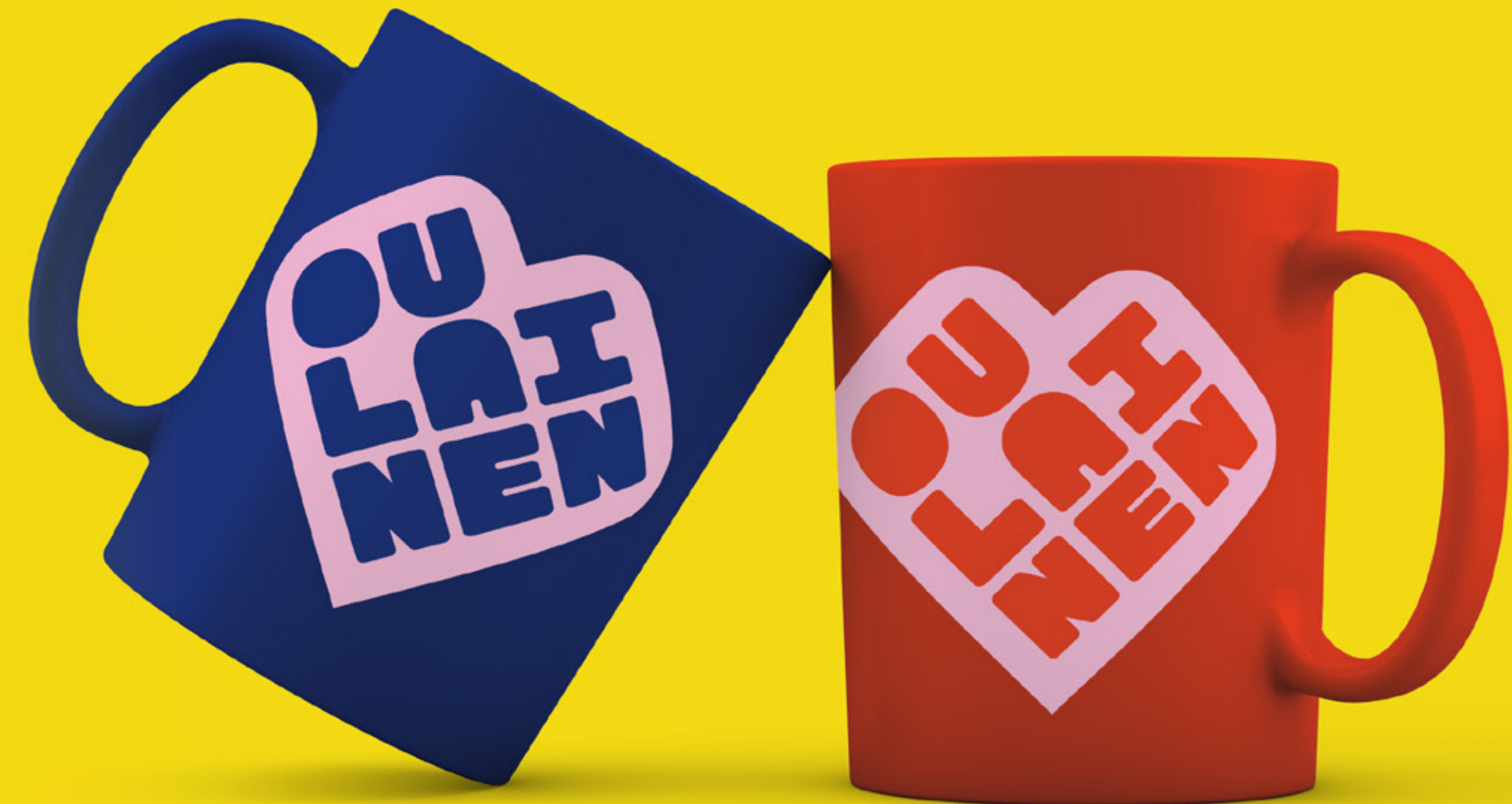


Sovellukset

Sosiaalinen media



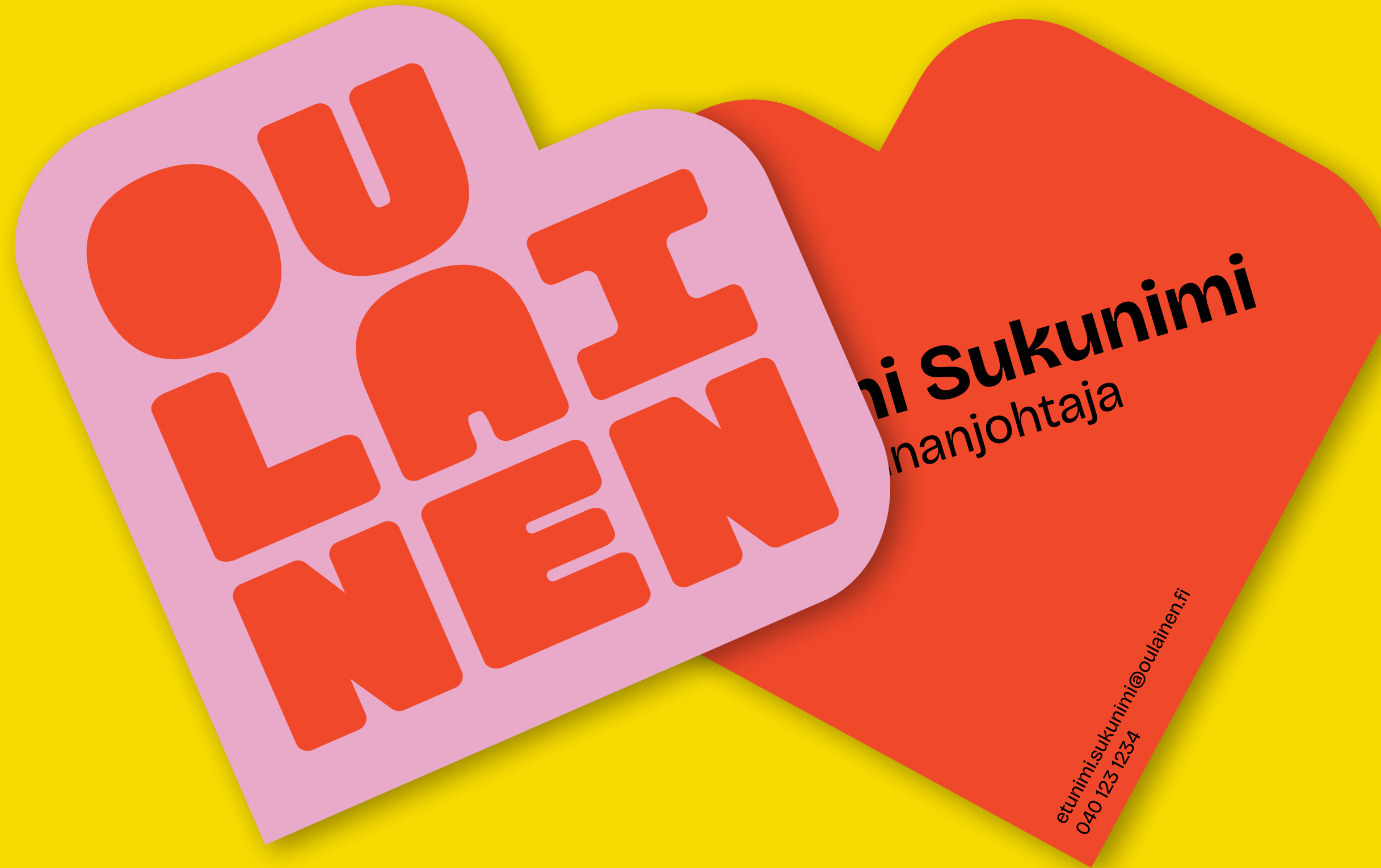
Painotuotteet



Painotuotteet



Painotuotteet



Maamerkit





SUN FARM